



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, atau pengkajian yang sah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



sebutkan sumber:

enyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

STRATEGI *MARKETING MIX* PEMILIK *COUNTER HANDPONE* DI METROPOLITAN CITY PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN DAYA BELI KONSUMEN DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi dan Melengkapi Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy)



OLEH

AHMAD FAISAL
NIM. 11125103115

**PROGRAM STUDI S1
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
RIAUM
2015**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soepratomo No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi yang berjudul "*Strategi Marketing Mix Pemilik Counter Handpone Di Metropolitan City Pekanbaru Dalam Meningkatkan Daya Beli Konsumen Ditinjau Menurut Ekonomi islam*", yang ditulis oleh :

Nama : AHMAD FAISAL
Nim : 11125103115
Jurusan : Ekonomi Islam

Telah dimunaqasahkan dalam sidang panitia sarjana program S1 Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 11 Desember 2015
Bertepatan : 06 Safar 1437 H

Sehingga dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Suska Riau sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Syari'ah (S.Sy).

Pekanbaru, 22 Desember 2015



DEKAN

Dr. H. AKBARIZAN, M.Ag, M.Pd
NIP. 1971 1001 1995 03 1 002

PANITIA UJIAN SARJANA

KETUA

Dr. Hj. Herlina, M.Pd
NIP. 19680629 199402 2 002

SEKRETARIS

Kamibuddin, M. Ag
NIP. 1971018 200501 1 002

PENGUJI I

Dr. Amrol Muzan, MA
NIP. 19770227 200312 1002

PENGUJI II

H. Maghfirah, MA
NIP. 19741025200312 1 002

Penelitian ini dilatar belakangi oleh, strategi pemasaran merupakan pegangan bagi perusahaan agar mempunyai keunggulan dalam persaingan pasar, sekaligus mencari kecocokan antara kemampuan internal perusahaan, dalam hal ini menjual produk ke konsumen dengan peluang eksternal yang ada di pasar yaitu pembeli potensial yang menyukai produk yang dijual tersebut. Dengan demikian haruslah diketahui karakteristik pasar serta struktur pasar yang dihadapi. *Marketing mix* digunakan dalam strategi pemasaran sebagai suatu cara untuk mempengaruhi konsumen agar mau bertindak membeli suatu produk yang ditawarkan. Hal ini didasarkan pada unsur produk, harga, tempat, dan promosi.

Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi *marketing mix* pemilik *Counter handphone* di Metropolitan City Pekanbaru dalam meningkatkan daya beli konsumen dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi *marketing mix* pemilik *Counter handphone* di Metropolitan City Pekanbaru dalam meningkatkan daya beli konsumen.

Penelitian ini bersifat lapangan, maka dalam pengumpulan data penulis menggunakan teknik observasi, wawancara, angket, studi perpustakaan dan dokumentasi. Sebagai data primer adalah data yang diperoleh langsung dari tempat penelitian, yaitu pemilik *counter handphone* di Metropolitan City Pekanbaru, sedangkan data sekunder data yang diperoleh dari buku-buku, dokumen, dan hal-hal yang terkait dengan penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha *counter handphone* di Metropolitan City Pekanbaru yang berjumlah 30 orang. Sedangkan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah seluruh populasi yang berjumlah 30 orang dengan menggunakan teknik total sampel.

Metode analisa data dalam penelitian adalah analisa deskriptif kualitatif, yaitu setelah data berhasil ditemukan maka penulis menjelaskan secara rinci dan sistematis sehingga dapat tergambar secara utuh dan dapat dipahami secara jelas kesimpulan akhirnyadiperoleh dari pemilik *counter handphone* di Metropolitan City Pekanbaru dan dengan menghubungkan teori-teori yang didapat, maupunliteratur yang ada..



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari penelitian yang penulis lakukan bahwa strategi *marketing mix* pemilik *Counter handphone* di Metropolitan City Pekanbaru dalam meningkatkan daya beli konsumen adalah dengan melakukan promosi sebagai prioritas lewat media, sales promotion, produk yang di tawarkan, harga yang diberikan bersaing dengan tempat lain dan lokasi yang mudah dijangkau. Sedangkan tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi *marketing mix* pemilik *Counter handphone* di Metropolitan City Pekanbaru dalam meningkatkan daya beli konsumen ada yang sesuai dan ada juga yang belum berjalan dikarenakan ada pemilik yang non muslim yang tidak mengetahui berbisnis dalam islam.



KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, berkat rahmat dan hidayah dari Allah SWT yang telah diberikannya kepada penulis, akhirnya penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat dan salam selalu tercurahkan buat Nabi Muhammad SAW, yang diutus untuk menyempurnakan akhlak dan menutup risalah kenabian.

Skripsi ini sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy) pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul **Penerapan *Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Daya Beli Konsumen Pada pemilik Counter Handpone di Metropolitan City Pekanbaru Ditinjau Aspek Ekonomi Islam**. Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dan berbagai pihak, karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ayahanda Sudirman dan Ibunda Parwati yang telah berkorban moril dan materil dan tidak pernah bosan memberikan doa restu serta dorongan dan nasehat kepada penulis demi kesuksesan penulis selama menimba ilmu pengetahuan. Jasa dan pengorbanannya tidak dapat dibalas dengan apapun, hanya Allahlah yang membalasnya.
2. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Bapak Prof. Dr. H. Munzir Hutami, MA serta Wakil Rektor I, II dan III
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Bapak DR. H. Akbarizan, MA, M.Pd serta Wakil Dekan I, II dan III
4. Ketua Jurusan Ekonomi Islam Bapak Kamirudin, MA dan Sekretaris Bapak Bambang Hermanto, M.Ag yang telah memberikan pelayanan dan bimbingan yang berharga selama ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Terima kasih kepada Bapak Muhammad Albahi, SE, M.SI. Akselaku pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis
6. Terima kasih kepada Bapak Budi Azwar, SE, M.Ec selaku penasehat akademis yang telah banyak memberikan nasehat dan arahan kepada penulis selama perkuliahan.
7. Bapak Ibu dosen serta karyawan-karyawati Fakultas Syariah dan Hukum yang telah banyak membantu penulis selama perkuliahan ini.
8. Kepala perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta seluruh karyawan dan karyawan yang telah berjasa meminjamkan bukunya sebagai referensi bagi penulis.
9. Seluruh keluarga yang turut membantu dan memberikan motivasi kepada penulis.
10. Sahabat-sahabat angkatan 2011 di jurusan Ekonomi Islam yang memberikan masukan selama penyelesaian skripsi ini.
11. Serta semua pihak yang tidak disebutkan yang telah memberikan bantuan dorongan dan nasehatnya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya terima kasih atas segala yang telah diberikan kepada penulis semoga kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan pahala yang setimpal dari Allah SWT. Besar harapan penulis mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Pekanbaru, 11 Agustus 2015

Penulis

AHMAD FAISAL

NIM. 11125103115



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Metode Penelitian	10
F. Sistematika Penulisan	13
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah.....	15
B. Visi dan Misi.....	17
C. Struktur Organisasi	17
BAB III TINJAUAN TEORITIS	
A. Pengertian <i>Strategi</i>	21
B. Pengertian <i>Marketing Mix</i>	22
C. Unsur-Unsur <i>Marketing Mix</i>	24
D. Pandangan Islam Terhadap Strategi <i>Marketing Mix</i>	42
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Strategi <i>Marketing Mix</i> Pemilik <i>Counter Handpone</i> Di Metropolitan City Pekanbaru Dalam Meningkatkan Daya Beli Konsumen	50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi <i>Marketing Mix</i> Pemilik <i>Counter Handpone</i> Di Metropolitan City Pekanbaru Dalam Meningkatkan Daya Beli Konsumen	58
---	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	64
B. Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN